



ORIGINAL RESEARCH PAPER

## Identifying and prioritizing the criteria for evaluating entrepreneurial opportunities in the insurance industry (Case study: Parsian insurance company)

S.M. Rashidifard, S. Safari \*, A. Habibi Raad

Department of Industrial Management, Faculty of Literature and Humanities, Shahed University, Tehran, Iran

---

ARTICLE INFO

**Article History:**

Received 21 September 2020  
Revised 3 May 2021  
Accepted 14 June 2021

**Keywords:**

Best worst method  
Entrepreneurial opportunity  
Insurance industry  
Opportunity evaluation criteria

---

ABSTRACT

**BACKGROUND AND OBJECTIVES:** Achieving competitive advantage in insurance industry requires innovation and entrepreneurship. Opportunity identification is the essence and starting point of entrepreneurship. Opportunity evaluation is an essential element in the entrepreneurial process that facilitates the relationship between discovery and exploitation. The purpose of this study is to identify and prioritize the criteria for evaluating entrepreneurial opportunities in the insurance industry.

**METHODS:** This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of methodology. First, the criteria for evaluating the opportunity extracted from the research literature and were screened by experts using a researcher-made questionnaire and was analyzed by mean test via SPSS software. Then, the weight of the criteria was determined using the best-worst questionnaire via Lingo software. The first statistical population to identify and determine the criteria for evaluating entrepreneurial opportunities was 31 people from university professors and insurance industry experts. The second statistical population to determine the weight of the criteria set out in the previous step, was 8 managers of Parsian insurance company. The face and content validity of the questionnaires was assessed by university professors and industry experts. The reliability of the first questionnaire was confirmed with Cronbach's alpha of 0.841 and the second questionnaire with an incompatibility rate of 0.0274.

**FINDINGS:** The most important criteria for evaluating entrepreneurial opportunities in the insurance industry are project resources, amount of resource investment, market needs, profit margin, level of competition, desirability and attractiveness of the opportunity, other potential opportunities and few barriers for entry.

**CONCLUSION:** Insurance companies can make the right decisions about how to take advantage of opportunities by emphasizing the criteria identified in this study, in order to gain a competitive advantage which leads to the growth and development of the country's economy.

\*Corresponding Author:

Email: [Safari@Shahed.ac.ir](mailto:Safari@Shahed.ac.ir)

Phone: +9821 51212416

ORCID: [0000-0002-1693-2668](http://orcid.org/0000-0002-1693-2668)

DOI: [10.22056/ijir.2021.01.02](https://doi.org/10.22056/ijir.2021.01.02)

---

This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).





### مقاله علمی

## شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه (مطالعه موردی: بیمه پارسیان)

سیده مرضیه رشیدی‌فرد، سعید صفری\*، امین حبیبی‌راد

گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

### چکیده:

**پیشینه و اهداف:** دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت بیمه مستلزم نوآوری و کارآفرینی است و شناسایی فرصت؛ جوهره و نقشه شروع کارآفرینی محسوب می‌شود که ارزیابی آن رابطه میان کشف فرصت و بهره برداری از آن را تسهیل می‌کند. بنابراین، تحقیق حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه انجام شده است.

**روش‌شناسی:** این پژوهش به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده است. برای این منظور، ابتدا با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته و نظرسنجی از خبرگان، معیارهای ارزیابی فرصت مستخرج از پیشینه تحقیق غالگری شد و با انجام آزمون میانگین و بهوسیله نرم افزار اس پی اس اس تحلیل گردید. سپس، وزن معیارها با پرسشنامه بهترین بدترین و نرم افزار LINGO تعیین شد. جامعه آماری اول شامل ۳۱ نفر از اساتید دانشگاه و خبرگان صنعت بیمه و جامعه آماری دوم شامل ۸ نفر از مدیران شرکت بیمه پارسیان بودند. روایی پرسشنامه‌ها نیز توسط اساتید دانشگاه و خبرگان صنعت مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه اول با آلفای کرونباخ  $\alpha = 0.841$  و پایایی پرسشنامه دوم با نرخ ناسارگای  $\alpha = 0.427$  تأیید شد.

**یافته‌ها:** مهم ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی در صنعت بیمه به ترتیب اهمیت شامل منابع پروژه، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود است.

**نتیجه‌گیری:** شرکت‌های بیمه با تأکید بر معیارهای شناسایی شده، ضمن ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت، می‌توانند تصمیمات صحیحی درباره چگونگی بهره برداری از فرصت‌ها اتخاذ کنند تا کسب مزیت رقابتی، سبب رشد و توسعه اقتصادی کشور شوند.

### اطلاعات مقاله

تاریخ های مقاله:

تاریخ دریافت: ۳۱ شهریور ۱۳۹۹

تاریخ داوری: ۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۴ خرداد ۱۴۰۰

کلمات کلیدی:

روش بهترین- بدترین

صنعت بیمه

فرصت‌های کارآفرینی

معیار ارزیابی فرصت

نویسنده مسئول:

ایمیل: [safari@shahed.ac.ir](mailto:safari@shahed.ac.ir)

تلفن: +۹۸۲۱ ۵۱۲۱۲۴۱۶

ORCID: 0000-0002-1693-2668

DOI: [10.22056/ijir.2021.01.02](https://doi.org/10.22056/ijir.2021.01.02)

## مقدمه

## مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی از طریق ارائه ترکیبات جدید و بر هم زدن توازن اقتصاد و آچه (2021) Schumpeter آن را «تخریب خلاق» می‌نامد و همچنین به کارگیری دانش بالقوه برای رشد مدام فناورانه، تأکید بر نوآوری هدفمند و نظاممند و به کارگیری مهارت‌های ماشینی به رشد اقتصادی کمک می‌کند. کارآفرینی سازوکار مهمی برای توسعه اقتصادی و رونق تولید از طریق ایجاد اشتغال، نوآوری و اثرات رفاهی در جامعه است. نوآوری مبتنی بر کارآفرینی موتور اصلی تغییر در اقتصاد سرمایه‌داری است (Moqimi et al., 2021). (Moqimi et al., 2021) کارآفرینی را فرایندی فعال می‌دانند که ورودی آن یک فرصت، یک یا چند فرد فعال، یک زمینه سازمانی، ریسک‌ها، نوآوری‌ها و منابع و خروجی آن یک شرکت یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر، ارزش، محصولات (Lins and Doktor, 2014). مفهوم فرصت کارآفرینانه توسط اقتصاددان اتریشی Schumpeter (2021) مطرح شد. فرایند کارآفرینانه شامل سه مرحله خلق یا کشف فرصت، ارزیابی فرصت و بهره‌برداری از فرصت است. در مطالعه دیگری، فرصت کارآفرینی به صورت مجموعه‌ای از ایده‌ها، عقاید و عملکردها تعریف شده که خلق کالاها و خدمات آینده را در غیاب بازار فعلی برای آنها ممکن می‌سازد (Carayannis, 2013). (Yadollahi Farsi et al., 2013) معتقدند فرصت عبارتست از شناسی که نیاز، علاقه یا خواسته بازار را از طریق ترکیب خلافانه منابع و ایجاد ارزش بالاتر تأمین می‌کند. پژوهشگران انواع فرصت‌ها را در قالب فرصت‌های اقتصادی شامل فرصت‌های فناورانه و بازار، فرصت‌های شناختی- فرهنگی شامل فرصت‌های تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان و فرصت‌های اجتماعی- سیاسی شامل فرصت‌های حکومانی و شبکه‌ای دسته‌بندی کرده‌اند (Moqimi et al., 2021). ارزیابی فرصت مرحله‌ای کلیدی است که ایده را از فرصت جدا می‌کند. هر ایده نمی‌تواند یک فرصت باشد. بهویژه در شرایط مخاطره‌ای، ارزیابی فرصت توسط کارآفرینین تحت تأثیر درک وی از ریسک موجود و تمایل و گرایش او به پذیرش یا اجتناب از ریسک قرار دارد. ارزیابی فرصت بین کشف فرصت و بهره‌برداری یا عدم بهره‌برداری از آن ارتباط برقار می‌کند و می‌تواند بخشی از فرایند کشف فرصت تلقی شود (Yadollahi Farsi et al., 2013). ارزیابی فرصت، فرایندی است که طی آن میزان پتانسیل فرصت جهت ایجاد مزیت رقابتی و سود کارآفرینانه برآورد می‌شود (Yadollahi Farsi et al., 2013). ارزیابی فرصت‌ها در صنعت بیمه که یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و بزرگترین کسب‌وکار کلان داده جهان محسوب می‌شود مانند هر صنعت دیگر نیازمند شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت مناسب با این صنعت است (Karimi, 2010). مخصوصاً این‌که صنعت بیمه شدیداً به قوانین و مقررات وابسته است و ایجاد کسب‌وکار جدید در این صنعت نیازمند سرمایه بسیار زیادی است. همچنین، پیشرفت‌های فناوری و تمایل بیمه‌گران به ارتباط بیشتر با مشتریان به منظور جمع‌آوری اطلاعات و تجربه بهتر مشتری، سبب ایجاد تغییراتی در این صنعت شده است (Alvarez and Barney, 2010). بنابراین،

درک و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی نقش غیرقابل انکاری در رشد اقتصادی کشورها دارد. تاحدی که رشد سریع اقتصادهای آزاد را در درجه اول به وجود کارآفرینان نوآور در شرکت‌های با فناوری پیشرفت‌های نسبت داده‌اند که بودجه‌های تحقیق و توسعه آنها مدام در حال افزایش است و محصولات و فرایندهای نوآورانه آنها به بازارهای وسیع‌تر صادر می‌شود (Lins and Doktor, 2014). اما، جوهره کارآفرینی، درک و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید در عرصه کسب و کار Schumpeter (2021) به نقل از Moqimi et al. (2021) به عقیده Alvarez and Barney (2010) نیز فرصت‌ها هنگامی وجود دارند که عدم تکامل در محصول یا عوامل بازار وجود داشته باشد Shepherd and Detienne (2005). به اعتقاد Davidsson (2015) ارزیابی فرصت یک عنصر اساسی در فرایند کارآفرینانه است که رابطه میان کشف و بهره‌برداری را تسهیل می‌کند (Yadollahi Farsi et al., 2011). از سویی، صنعت بیمه یکی از ارکان مهم حیات اجتماعی و اقتصادی جوامع بشری و تضمین‌کننده چرخه اقتصادی کشورها است. زیرا، سبب سالم نگه داشتن چرخه حیات اقتصادی از راه حفظ سرمایه‌های مالی می‌شود. شواهد تجربی نیز نشان می‌دهد پیشرفت بیمه با توسعه اقتصادی در کشورها مقارن است و عدم اتکای به بیمه، اقتصاد را معرض تهدیدهای بی‌شمار قرار می‌دهد (Karimi, 2010). در ایران نیز ۳۲ شرکت بیمه‌ای شامل یک شرکت دولتی و شرکت غیردولتی فعالیت دارند و طبق گزارش پژوهشکده بیمه (۱۳۹۷) صنعت بیمه ایران در مرحله رشد اولیه قرار دارد و وضعیت آن با ظرفیت‌های موجود در اقتصاد تناسب ندارد. بنابراین، شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری صحیح و به موقع از فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه بسیار اهمیت و ضرورت دارد. اما، جستجوی نگارندگان این تحقیق نشان داد شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در این صنعت تا حدی مغفول مانده و تحقیقات بسیار محدودی در این زمینه انجام شده است. از این‌رو، پژوهش حاضر برای اولین بار به این حوزه موضوعی ورود نموده تا پاسخگوی این پرسش باشد که «معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه کدامند؟». بدین منظور، پس از بیان مبانی نظری و موروث پیشینه پژوهش و استخراج معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی، با استفاده از نظرات خبرگان ابتدا به شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه اقدام شده و سپس اولویت و وزن معیارهای شناسایی شده در شرکت بیمه‌ای مورد مطالعه تعیین شده است.

در ادامه، ابتدا ادبیات پیشینه تحقیق مرور و مبانی نظری آن بیان شده است. سپس، مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه استخراج و با استفاده از آزمون‌های آماری پالایش و سپس به کمک روش‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه وزن‌دهی و اولویت‌بندی شده است. در نهایت، ضمن بررسی و تحلیل یافته‌های تحقیق و مقایسه نتایج حاصله با تحقیقات مرتبط، پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

تحولات عصر جدید و بزرگی صنعت بیمه کشور، ضرورت و اهمیت شناسایی و ارزیابی فرصت‌های نوآورانه در این صنعت را دوچندان نموده است. بهمین منظور، این پژوهش با مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی را استخراج و سپس با نظرسنجی از خبرگان، معیارهای متناسب با صنعت بیمه را شناسایی کرده است. در گام بعد، میزان اهمیت و وزن معیارهای شناسایی شده با نظرسنجی از خبرگان تعیین شده که می‌تواند در تحقق نوآوری در صنعت بیمه نقش موثری ایفا کند و به ارائه خدمات بهتر به مشتریان و افزایش رقابت‌پذیری این صنعت منجر شود.

### مروری بر پیشینه پژوهش

**عوامل تأثیرگذار بر مدیریت نوآوری در صنعت بیمه** *Asghari and Pilevari (2017)* ارزیابی فرستاده‌های کارآفرینی در این صنعت را بررسی و با تحلیل شبکه‌ای اولویت‌بندی کرده‌اند. بر این اساس، ۴۲ معیار مؤثر در ارزیابی مدیریت نوآوری در صنعت بیمه شناسایی شد و ۳۲ معیار با نظر خبرگان در ۵ قالب اصلی شامل عامل سازمان، عامل استراتژی، عامل فرایند، عامل سیستم و عامل فناوری پذیرفته و دسته‌بندی شدند. در نهایت کلیه ۳۲ معیار پذیرفته شده‌ای کارآفرینی و در طراحی مدل موردن استفاده قرار گرفتند.

**عوامل مؤثر بر فرستاده قرارگرفتن** *Yadollahi Farsi and Asadollahi Shad (2014)* در پژوهشی با عنوان «بررسی معیارهای مؤثر بر ارزیابی فرستاده‌ای کارآفرینی در صنایع غذایی ارگانیک» ۳۲ مؤلفه در ۶ مقوله بازار و صنعت، بازار و صنعت ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، ویژگی‌های تیم کارآفرین، مالی و فنی به عنوان معیارها و زیرمعیارهای ارزیابی فرستاده در صنایع غذایی ارگانیک شناسایی و وزن معیارها و زیرمعیارها را تعیین کرده‌اند. طبق یافته‌های این تحقیق، مهم‌ترین معیار در ارزیابی فرستاده‌ای کارآفرینی، قابلیت دستیابی به صنعت و بازار است و معیارهای صنعت و بازار ارگانیک، ویژگی‌های کارآفرین، ویژگی‌های تیم کارآفرین، مالی و فنی به ترتیب در درجه اهمیت بعدی قرار دارند.

**عوامل مؤثر بر فرایند شناسایی فرستاده‌ای کارآفرینی در شرکت‌های بیمه الکترونیکی** *Mohammadi Maghanaki (2012)* شناسایی فرستاده‌ای کارآفرینی در شرکت‌های بیمه الکترونیکی را بررسی کرده‌اند. بر این اساس، عوامل مؤثر به دو گروه درون سازمانی و محیطی تقسیم‌بندی و ۱۷ مؤلفه بر اساس مدل شناسایی فرستاده ماریسون شناسایی شد. تحلیل داده‌ها نشان داد عوامل محیطی با ضریب ۶۱/۲۵ بیشتر از عوامل درون سازمانی بر فرایند شناسایی فرستاده‌ای کارآفرینی در بیمه‌های الکترونیکی اثرگذارند.

همان گونه که ملاحظه شد مروار سوابق تجربی تحقیق نشان می‌دهد برخی از پژوهش‌های انجام شده با دید کلی به شناسایی و ارزیابی فرستاده کارآفرینی پرداخته‌اند. برخی به بررسی و ارزیابی فرستاده‌ای کارآفرینی در سایر صنایع غیر از صنعت بیمه پرداخته‌اند. در نهایت، برخی به طور محدود به شناسایی و ارزیابی فرستاده‌ای کارآفرینی در صنعت بیمه پرداخته‌اند. اما، در این پژوهش برای اولین بار معیارهای ارزیابی فرستاده‌ای کارآفرینی متناسب با صنعت بیمه با

بر فرستاده و کیفیت محیطی توسعه پایدار: دیدگاه منابع و نهادی» *He et al. (2020)* در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی متناسب با نظرسنجی از خبرگان، عوامل مناسب با صنعت بیمه را شناسایی کرده است. در گام بعد، میزان اهمیت و وزن معیارهای شناسایی شده با نظرسنجی از خبرگان تعیین شده که می‌تواند در تحقق نوآوری در صنعت بیمه نقش موثری ایفا کند و به ارائه خدمات تأثیر تعديلی مثبت دارد.

**چالش‌های پیش روی فرستاده‌ای کارآفرینانه** *Biney (2019)* غیررسمی جوانان دوره گرد (روزنامه‌فروش، کتاب‌فروش و میوه‌فروش) را شناسایی و استراتژی‌های مقابله با این چالش‌ها را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد جوانان برنامه‌هایی برای نوآوری و رشد کسب و کارها دارند. اما بالا بودن هزینه و وثیقه برای تأمین اعتبار یک مانع جدی در این راه محسوب می‌شود.

**چگونگی تأثیر مؤلفه‌های نهادی بر کارآفرینی نوآورانه** *Arabiyat et al. (2019)* کارآفرینی نوآورانه در کشورهای منتخب را بررسی کرده‌اند. یافته‌های آنها نشان داد مؤلفه‌های نهادی قانون‌گذاری و تسهیل‌گری بر فعالیت شرکت‌های نوآور تأثیر مثبت و معناداری دارد.

**فرصت به عنوان تصمیم‌گیری متناسب با قانون ارگانیک** *Wood and Williams (2014)* در پژوهشی با عنوان «ارگانیک فرصت به عنوان تصمیم‌گیری متناسب با قانون» دریافتند جدید بودن فرصت، بهره‌وری منابع و بدترین سناریو بر ارزیابی کارآفرینان از فرصت‌ها اثر معناداری دارد و تفاوت‌های فردی تأثیر جذابیت فرصت را تقویت می‌کند. همچنین، بدترین سناریو تأثیر مثبت سایر معیارها (مانند جدید بودن و بهره‌وری منابع) بر ارزیابی فرصت را کاهش می‌دهد و دانش فناوری و بازار تأثیرات منفی بدترین سناریو را بیشتر می‌کند.

**فرصت تأثیر قوی تر دارد** *Tumasjan et al. (2013)* با بررسی نقش میانجی فاصله زمانی در ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت بر اساس تئوری سطح همگرا دریافتند که هنگامی که مرحله بهره‌برداری از نظر زمانی دورتر است، اثرات مطلوبیت بر ارزیابی قوی‌تر است. اما هنگامی که مرحله بهره‌برداری از نظر زمانی نزدیک‌تر است، امکان‌پذیری در ارزیابی فرصت تأثیر قوی تر دارد. از مطالعات داخلی مرتبط با موضوع نیز به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

کرونیا خ برای پرسشنامه اول مقدار ۸۴۱/۰ و بالاتر از ۷/۰ بود که نشان دهنده پایایی قابل قبول آن است. پایایی پرسشنامه دوم (پرسشنامه بهترین بدترین) با نرخ ناسازگاری کمتر از ۱/۰ تعیین شد. نرخ ناسازگاری این پرسشنامه ۴۲۷/۰ بود و بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

پس از مطالعه ادبیات موضوع، تعداد ۳۴ معیار ارزیابی فرصت استخراج و به‌وسیله یک پرسشنامه از ۳۱ نفر از خبرگان درباره آنها نظرسنجی گردید تا معیارهای مناسب ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه شناسایی و غربالگری شود. با توجه به اینکه تعداد نمونه بیشتر از ۳۰ بود، بر اساس قضیه حد مرکزی نمونه نرمال فرض شده و از آزمون میانگین برای پالایش معیارها استفاده شد. آمار توصیفی در نمودارهای ۱ تا ۳ نشان داده شده است.

همان‌گونه که در [جدول ۱](#) مشاهده می‌شود، بر اساس نتایج آزمون میانگین، از نظر خبرگان ۸ معیار مطلوبیت و جذابیت فرصت، منابع پژوهش، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موانع کم برای ورود جهت ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه مناسب تشخیص داده شد.

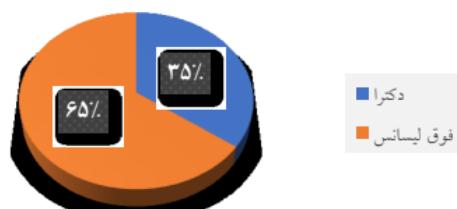
در مرحله بعد، وزن معیارها در شرکت بیمه پارسیان با روش بهترین بدترین تعیین شد. روش بهترین بدترین از تکنیک‌های

نظرسنجی از خبرگان استخراج، پالایش و اولویت‌بندی گردیده است.

### روش‌شناسی پژوهش

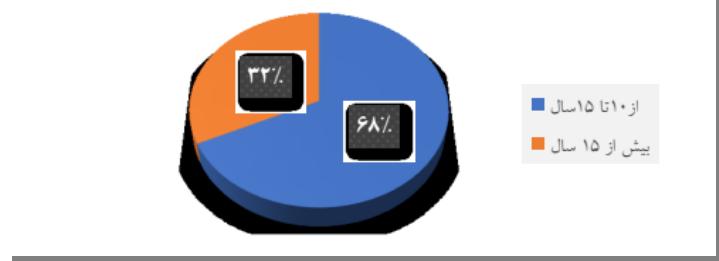
این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. پژوهش دارای دو جامعه آماری است. جامعه اول شامل مدیران شرکت‌های بیمه با حداقل ۱۰ سال سابقه کار بیمه‌ای و مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد یا دکترا و استادی دانشگاهی در زمینه کارآفرینی و نوآوری در شهر تهران تشکیل شده بود که با توجه به سوابق شغلی، مدرک تحصیلی و تمایل به همکاری تعداد ۳۱ نفر به صورت هدفمند به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جامعه آماری دوم شامل مدیران شرکت بیمه پارسیان (در شهر تهران) با حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت بیمه‌ای و دارای مدرک کارشناسی ارشد یا دکترا و تمایل به همکاری با این پژوهش به تعداد ۸ نفر بود که با توجه تعداد محدود آنها، نمونه‌گیری انجام نشد و از روش سرشماری استفاده گردید. پس از استخراج معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی از ادبیات تحقیق، با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته، معیارهای مناسب جهت ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه شناسایی و با روش میانگین و نرم افزار SPSS غربالگری شدند. سپس وزن معیارها با پرسشنامه روش Best-Worst Method (BWM) و نرم افزار LINGO تعیین شد. روایی پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات خبرگان و استادی دانشگاه تایید شد. مقدار آلفای

مدرک تحصیلی



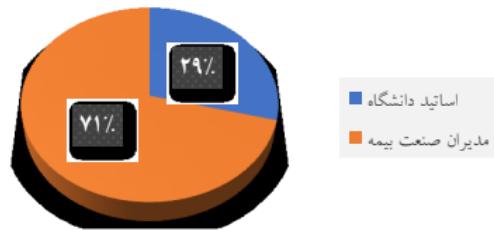
نمودار ۱: فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب مدرک تحصیلی

سابقه کار



نمودار ۲: فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب سابقه کار

### زمینه فعالیت



نمودار ۳: فراوانی نسبی پاسخ‌دهندگان بر حسب زمینه فعالیت

جدول ۱: نتایج غربال‌گری معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی صنعت بیمه با استفاده از آزمون میانگین

معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی نوآورانه	میانگین	سطح معناداری	وضعیت نهایی	تعداد پاسخ‌ها
مطلوبیت و جذابیت برای مشتریان	4/19	0/00	عدم رد	31
امکان پذیری	2/89	0/109	رد	31
جديد و نوآورانه بودن	3/96	0/402	رد	31
به موقع بودن (زمان‌بندی مناسب و تناسب با فناوری و بازار)	2/62	0/307	رد	31
مزیت رقابتی ناشی از به کارگیری فرصت	2/82	0/400	رد	31
ارزش مورد انتظار	2/16	0/061	رد	31
امکان بسته شدن پنجه فرصت	3/28	0/075	رد	31
پذیرفتن یا رد کردن فرصت	2/67	1/001	رد	31
میزان ریسک و عدم اطمینان	2/59	0/093	رد	31
احتمال به ثمر رسیدن سریع سرمایه‌گذاری	2/23	1/000	رد	31
میزان سرمایه‌گذاری منابع	4/16	0/004	عدم رد	31
میزان به کارگیری فناوری	3/78	0/059	رد	31
نرخ بازده مورد انتظار	2/51	0/186	رد	31
حاشیه سود	4/89	0/002	عدم رد	31
دوره بازگشت سرمایه	2/56	0/374	رد	31
نیاز بازار	4/13	0/000	عدم رد	31
اندازه و پتانسیل بازار	2/79	0/215	رد	31
دسترسی به بازار	2/67	0/084	رد	31
میزان اقبال و پذیرش بازار	2/84	0/091	رد	31
سطح رقابت	4/31	0/003	عدم رد	31
احتمال رشد بالا در بازار هدف	2/63	0/419	رد	31
بازار ناشی از اجرای فرصت	1/97	0/527	رد	31
موانع کم برای ورود	4/37	0/004	عدم رد	31
وجود فرصت‌های بالقوه دیگر	4/61	0/000	عدم رد	31
وضعیت حق امتیاز	2/84	0/086	رد	31
طرح کسبوکار دقیق	2/93	0/063	رد	31
تیم مدیریتی	2/62	0/076	رد	31
استراتژی مناسب	3/81	0/125	رد	31
منابع انسانی (افراد/تیم‌های کارآفرین)	2/78	0/378	رد	31
معیارهای مالی و اقتصادی	3/19	0/063	رد	31
معیارهای فنی	2/84	0/114	رد	31
منابع دانشی، پادگیری و اطلاعات اضافی	2/56	0/292	رد	31
منابع پژوهش	4/67	0/001	عدم رد	31
مسائل مربوط به بهره‌برداری	2/92	0/393	رد	31

جدول ۲: وزن معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت بیمه پارسیان

ناماد	معیار	وزن
C <sub>8</sub>	منابع پروژه	0/2279
C <sub>2</sub>	میزان سرمایه‌گذاری منابع	0/2261
C <sub>4</sub>	نیاز بازار	0/1295
C <sub>3</sub>	حاشیه سود	0/1097
C <sub>5</sub>	سطح رقابت	0/1019
C <sub>1</sub>	مطلوبیت و جذابیت فرصت	0/0884
C <sub>7</sub>	وجود فرصت‌های بالقوه دیگر	0/0592
C <sub>6</sub>	موانع کم برای ورود	0/0574
نرخ ناسازگاری		0/0427

منابع» به ترتیب با وزن ۰/۲۲۶۱ و ۰/۲۲۷۹ دارای بالاترین اهمیت می‌باشند که نشان‌دهنده اهمیت بهره‌گیری از ظرفیت‌ها، دارایی‌ها و مالکیت‌ها و همچنین سرمایه‌های مالی از قبیل سرمایه مخاطره‌پذیر، وام یا دارایی خالص و سرمایه‌های غیرمالی از قبیل ظرفیت تولید، وقت و توانایی مورد نیاز اختصاص داده شده به تجاری‌سازی ایده‌ها در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه پیش روی شرکت‌های بیمه به ویژه شرکت بیمه پارسیان است. سه معیار نیاز بازار، حاشیه سود و سطح رقابت به ترتیب با وزن ۰/۱۲۹۵، ۰/۱۰۹۷ و ۰/۱۰۱۹ معیارهای سوم تا پنجم هستند و این نشان می‌دهد که میزان نیاز خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا یا خدمت، مقدار سود ناشی از فرصت پس از کسر مالیات و میزان قابلیت‌ها و توانمندی‌های کسب‌وکار ناشی از اجرای فرصت، پس از منابع پروژه و میزان سرمایه‌گذاری منابع، سه معیار مهم در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه هستند. مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موافع کم برای ورود از نظر خبرگان معیارهای ششم تا هشتم هستند که نشان می‌دهد میزان تمایل مشتریان به خرید کالا یا خدمت، وجود یا عدم وجود فرصت‌های جایگزین و وجود موافع برای ورود به بازار از قبیل قوانین دولتی، هزینه سرمایه‌گذاری، انحصار و ... معیارهای کم اهمیت تری در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت‌های بیمه هستند. بنابراین، یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر شناسایی عامل مطلوبیت و جذابیت فرصت به عنوان شش‌مین معیار ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه با یافته Tumasjan et al. (2013) مطابقت دارد. هرچند، از نظر سایر معیارهای ارزیابی فرصت متفاوت هستند. از نظر اهمیت معیار جذابیت فرصت و بهره‌وری منابع نیز یافته‌های پژوهش با نتایج مطالعه Wood and Williams (2014) همخوانی دارد. همچنین، یافته‌های پژوهش مبنی بر شناسایی منابع پروژه و میزان سرمایه‌گذاری منابع به عنوان مهم ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه که می‌توانند موجب تسهیل گری بهره‌برداری

جدید تصمیم‌گیری چند معیاره است. در این روش، بهترین و بدترین معیار توسط تصمیم‌گیرنده مشخص می‌شود و مقایسه زوجی بین هر یک از این دو معیار (بهترین و بدترین) و دیگر معیارها صورت می‌گیرد. سپس یک مسئله حداکثر حداقل برای مشخص کردن وزن معیارهای مختلف مدلسازی و حل می‌شود. همچنین فرمولی برای محاسبه نرخ ناسازگاری به منظور بررسی اعتبار مقایسات در نظر گرفته می‌شود. بدین ترتیب وزن معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه با روش بهترین بدترین به شرح جدول ۲ محاسبه گردید.

**طبق جدول ۲**، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در شرکت بیمه پارسیان به ترتیب وزن عبارتند از منابع پروژه، میزان سرمایه‌گذاری منابع، نیاز بازار، حاشیه سود، سطح رقابت، مطلوبیت و جذابیت فرصت، وجود فرصت‌های بالقوه دیگر و موافع کم برای ورود. بر اساس نتایج به دست آمده از نظر خبرگان شرکت بیمه پارسیان معیارهای «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری منابع» با وزن ۰/۲۲۶۱ و ۰/۲۲۷۹ به ترتیب مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت کارآفرینی شناخته شدند. با توجه به این که مجموع وزن معیارها برابر ۱ است و مجموع وزن این دو معیار بیش از ۰/۵ می‌باشد، اهمیت این دو معیار نسبت به سایر معیارها مشهود است. همچنین معیار «موافع کم برای ورود» با وزن ۰/۰۵۷۴ به عنوان کم اهمیت‌ترین معیار شناسایی شد.

## نتایج و بحث

در این پژوهش، مهم‌ترین معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه که قابلیت تعمیم به کل صنعت بیمه کشور را دارد با نظرسنجی از کارشناسان صنعت و دانشگاه شناسایی شد. اما وزن دهی به معیارهای ارزیابی فرصت با نظرسنجی از خبرگان شرکت بیمه پارسیان صورت گرفت و به کل صنعت قابل تعمیم نمی‌باشد. طبق یافته‌های پژوهش، از نظر خبرگان شرکت بیمه پارسیان، معیارهای «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری

## مشارکت نویسندها

این پژوهش مستخرج از پایان‌نامه سیده مرضیه رشیدی فرد است و بررسی مفاهیم و ادبیات موضوعی مرتبط با پژوهش، مطالعه پیشینه پژوهش، بررسی و جمع آوری داده‌ها، کنترل صحت داده‌ها و بحث و نتیجه‌گیری توسط وی انجام شده است. دکتر سعید صفری به عنوان استاد راهنمای اول و دکتر امین حبیبی راد به عنوان استاد راهنمای دوم در تمام مراحل انجام پژوهش، نظارت و راهبری داشته‌اند.

## تشکر و قدردانی

در انجام این مطالعه مدیران شرکت‌های بیمه در شهر تهران، اساتید دانشگاهی حوزه کارآفرینی و نوآوری در دانشگاه‌های تهران و به ویژه مدیران شرکت بیمه پارسیان تیم تحقیق را یاری داده‌اند که بدینوسیله از زحمات آنان تقدیر می‌گردد.

## تعارض منافع

نویسندها اعلام می‌دارند که در مورد انتشار این مقاله تضاد منافع وجود ندارد. علاوه بر این، موضوعات اخلاقی شامل سرقت ادبی، رضایت‌آگاهانه، سوءرفتار، جعل داده‌ها، انتشار و ارسال مجدد و مکرر توسط نویسندها رعایت شده است.

## دسترسی آزاد

کپیرایت نویسنده‌ها (© 2021): این مقاله تحت مجوز بین‌المللی Creative Commons Attribution 4.0 استفاده، اشتراک‌گذاری، اقتباس، توزیع و تکثیر را در هر رسانه یا قالی مشروط به درج نهوده دقیق دسترسی به مجوز CC می‌نمود. ذکر تغییرات احتمالی بر روی مقاله می‌باشد. لذا به استناد مجوز ذکر، درج هرگونه تغییرات در تصاویر، منابع و ارجاعات یا سایر مطالب از اشخاص ثالث در این مقاله باید در این مجوز گنجانده شود، مگر اینکه در راستای اعتبار مقاله به اشکال دیگری مشخص شده باشد. در صورت عدم درج مطالب مذکور و یا استفاده فراتر از مجوز فوق، نویسنده ملزم به دریافت مجوز حق نسخه‌برداری از شخص ثالث می‌باشد.

به منظور مشاهده مجوز بین‌المللی Creative Commons Attribution 4.0 به آدرس زیر مراجعه گردد:

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

## یادداشت ناشر

ناشر نشریه پژوهشنامه بیمه با توجه به مزهای حقوقی در نقشه‌های منتشرشده بی‌طرف باقی می‌ماند.

از فرصت شوند با نتایج مطالعه Arabiyat *et al.* (2019) که نشان داد گذاری و تسهیل گری مهتمین مؤلفه‌های نهادی مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی نوآورانه هستند همراستا است. به علاوه، یافته‌های Biney (2019) را تأیید می‌کند که نشان داد جوانان برای نوآوری و رشد کسب‌وکارها برنامه‌های دارند که بالا بودن هزینه و وثیقه برای تأمین اعتبار مانع از اجرای آنها می‌شود. در نهایت، تأثیرات تعدیل‌کننده مثبت عوامل تنظیمی، هنجاری و شناختی بر رابطه میان کارآفرینی مبتنی بر فرصت و کیفیت محیطی توسعه با یافته‌های پژوهش He *et al.* (2020) که نشان دادند کارآفرینی مبتنی بر فرصت با کیفیت محیطی توسعه پایدار رابطه مثبت دارد در تطابق است.

## جمع‌بندی و پیشنهادها

پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه به ویژه شرکت بیمه پارسیان- از معیارهایی شناسایی شده برای ارزیابی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینی نوآورانه در صنعت بیمه استفاده کنند تا امکان بهره‌برداری صحیح و بهموقع از آنها فراهم شود و ضمن کسب مزیت رقابتی و پیشگامی در بازار، زمینه رشد صنعت بیمه و شکوفایی اقتصاد ملی بیش از پیش مهیا شود. مخصوصاً، با توجه به این‌که «منابع پروژه» و «میزان سرمایه‌گذاری منابع» نسبت به سایر معیارها از اهمیت بالاتری در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در صنعت بیمه برخوردار بودند، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های بیمه فرصت‌ها را با توجه به ظرفیت‌ها، دارایی‌ها، مالکیت‌ها و همچنین سرمایه‌های مالی از قبیل سرمایه مخاطره پذیر، وام یا دارایی خالص و سرمایه‌های غیرمالی از قبیل ظرفیت تولید، وقت و توانایی مورد نیاز برای تجارتی سازی ایده‌ها ارزیابی نمایند. مضافاً، مدیران شرکت‌های بیمه ضمن انجام مطالعات بازار و شناسایی مستمر میزان نیاز خریداران بالقوه و بالفعل خدمات بیمه‌ای و محاسبه مقدار سود ناشی از هر یک از فرصت‌های کارآفرینی، میزان قابلیت‌ها و توانمندی‌های کسب‌وکار ناشی از اجرای هر یک از فرصت‌های کارآفرینی، میزان تمايل مشتریان به خرید خدمات بیمه‌ای از طریق کانال‌های موجود، وجود یا عدم وجود فرصت‌های جایگزین و قوانین دولتی، هزینه سرمایه‌گذاری، انحصار و ... را در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی صنعت بیمه مدنظر قرار دهند.

در پایان، به تحقیقات آتی نیز پیشنهاد می‌شود با استفاده از معیارهای شناسایی شده در این پژوهش، تأثیر شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بر عملکرد و رشد شرکت‌های بیمه و صنعت بیمه و تأثیر آن در توسعه اقتصادی کشور را بررسی نمایند. همچنین، معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در سایر شرکت‌های بیمه را شناسایی کنند و با یافته‌های پژوهش حاضر مقایسه نمایند.

## منابع

Alvarez, S.A.; Barney, J.B., (2010). Entrepreneurship and epistemology: The philosophical underpinnings of the study of entrepreneurial opportunities. *Acad. Manage. Anal.*, 4(1): 557-583. (26 Pages).

Arabiyat, T.S.; Mdanat, M.; Haffar, M.; Ghoneim, A.; Arabiyat, O., (2019). The influence of institutional and conductive aspects on entrepreneurial innovation: Evidence from GEM data. *J. Enterp. Inf. Manage.*, 32(3): 366-389 (23 Pages).

Asghari, M.; Pilevari, N., (2017). Evaluation and analyze the factors affecting the management of innovation in the insurance industry and prioritize them with ANP. *J. Ind. Technol. Dev.*, 15(30): 25-36 (12 Pages). [In Persian]

Biney, I.K., (2019). Unearthing entrepreneurial opportunities among youth vendors and hawkers: Challenges and strategies. *J. Innov. Entrep.*, 8(2): 1-14 (13 Pages).

Carayannis, E.G., (Ed.). (2020). Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship. Cham: Springer international publishing.

Davidsson, P., (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *J. Bus.*, 30(5): 674-695 (21 Pages).

Hadadi, M.; Safari, S., (2018). Identifying and evaluating entrepreneurial opportunities in the automotive industry based on innovation radar (Case study of Iran Khodro Company). The 5th National Conference on Applied Researches in Management and Accounting, Tehran, Iran. [In Persian]

He, J.; Nazari, M.; Zhang, Y.; Cai, N., (2020). Opportunity-based entrepreneurship and environmental quality of sustainable development: A resource and institutional perspective. *J. Cleaner Prod.*, 256, 120390.

Karimi, A. (2010). Application of commercial insurance in management (1st Ed.). Tehran: Javadane and jungle publications. [In Persian]

Lins, F.A.; Doktor, R.H., (2014). A theory of entrepreneurial opportunity discovery, knowledge creation, and decision-making. *Res. J. Bus. Manage.*, 3(1): 18-29 (11 Pages).

Mohammadi Maghanaki, A., (2012). Designing a model for identifying entrepreneurial opportunities in electronic insurance companies (Master's thesis). Tarbiat Modares University, Faculty of engineering. [In Persian]

Moqimi, S.M.; Vakili, Y.; Akbari, M., (2021). Entrepreneurial theories (7th Ed.). Tehran: Tehran University publication. [In Persian]

Morris, M.H.; Lewis, P.S.; Sexton, D.L., (1994). Reconceptualizing entrepreneurship: An input-output perspective. *SAM Adv. Manage. J.*, 59(1): 21-31 (10 Page).

Schumpeter, J.A.; Swedberg, R., (2021). The theory of economic development. Routledge.

Shepherd, D.A.; DeTienne, D.R., (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory Pract.*, 29(1): 91-112 (21 Pages).

Wood, M.S.; Williams, D.W., (2014). Opportunity evaluation as rule-based decision making. *J. Manage. Stud.*, 51(4): 573-602 (29 Pages).

Yadollahi Farsi, J.G.; Asadollahi Shad, M., (2014). The survey of effective criteria on evaluating entrepreneurial opportunities in the organic food industry. *J. Entrepreneurship Agric.*, 1(1): 15-24 (10 Pages). [In Persian]

Yadollahi Farsi, J.; Daghighi Asli, A.; Nazmi Sharamin, V., (2013). Designing a conceptual model for the assessment of entrepreneurial opportunities in life insurance. *Iran. J.Insur. Res.*, 2(4): 179-200 (22 Pages). [In Persian]

Yadollahi Farsi, J; Golabi, A. M; Mehrabi, R., (2011). Opportunities and entrepreneurial ideas (2nd Ed.). Tehran: Jahad Daneshgahi Publications. [In Persian]

## معرفی نویسنده‌گان

## AUTHOR(S) BIOSKETCHES

سیده مرضیه رشیدی‌فرد، کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی سازمانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

- Email: [s.m.rashidifard@shahed.ac.ir](mailto:s.m.rashidifard@shahed.ac.ir)
- ORCID: 0009-0003-1471-8988
- Homepage: <https://hum.shahed.ac.ir/>

سعید صفری، دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

- Email: [safari@shahed.ac.ir](mailto:safari@shahed.ac.ir)
- ORCID: 0000-0002-1693-2668
- Homepage: <https://prof.shahed.ac.ir/cv/safari/>

امین حبیبی راد، استادیار گروه مدیریت صنعتی و کارآفرینی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

- Email: [a.habibirad@shahed.ac.ir](mailto:a.habibirad@shahed.ac.ir)
- ORCID: 0000-0002-5632-2282
- Homepage: <https://prof.shahed.ac.ir/cv/habibirad/>

HOW TO CITE THIS ARTICLE

Rashidifard, S.M.; Safari, S.; Habibi Raad, A., (2021). *Identifying and Prioritizing the criteria for evaluating Entrepreneurial Opportunities in the Insurance Industry (Case Study: Parsian insurance company)*. *Iran. J. Insur. Res.*, 10(1): 15-24.

DOI: 10.22056/ijir.2021.01.02

URL: [https://ijir irc.ac.ir/article\\_131744.html?lang=en](https://ijir irc.ac.ir/article_131744.html?lang=en)

